



**PERANCANGAN KONTEN FOTO DAN VIDEO UNTUK  
SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**



**Program Studi  
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS  
Dinamika**

**Oleh :**

**NAUFAL RIDHO ABIYYU KHOLISH**

**22420100031**

---

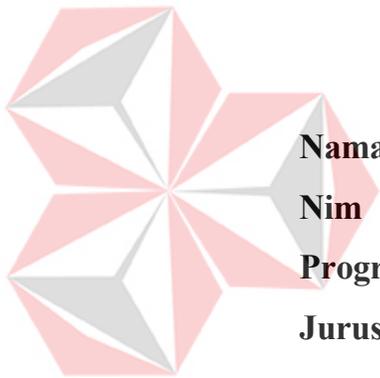
**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2025**

**PERANCANGAN KONTEN FOTO DAN VIDEO UNTUK  
SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Mata Kuliah Kerja Praktik**



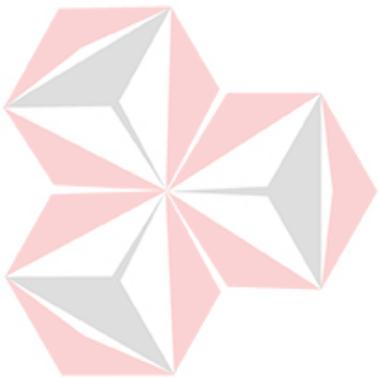
**Disusun Oleh :**

**Nama : Naufal Ridho Abiyyu Kholish**  
**Nim : 22420100031**  
**Program : S1 (Strata Satu)**  
**Jurusan : Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2025**

**LEMBAR MOTTO**



UNIVERSITAS  
*“Cahaya, Lensa, Cinematic Gaspol”*  
Dinamika

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

#### PERANCANGAN KONTEN FOTO DAN VIDEO UNTUK SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA MEDIKA.

Diajukan sebagai syarat untuk mengerjakan Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik oleh :

Naufal Ridho Abiyyu Kholish

NIM : 22420100031

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 17 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Dhika Yuan Yurisma.M. Ds.

NIDN : 0720028701

Penyelia,



dr. Sonny Fadli Sp. OG. M. Ked

Mengetahui,

**Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual**



Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
UNIVERSITAS

**Dinamika**

Dhika Yuan Yurisma.M. Ds.

NIDN : 0720028701

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

#### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Naufal Ridho Abiyu Kholish

NIM : 22420100031

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : PERANCANGAN KONTEN FOTO DAN VIDEO  
UNTUK SOCIAL MEDIA PT NALANIRA  
NUSWANTARA MEDIKA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Juli 2025



Naufal Ridho Abiyu Kholish  
NIM : 22420100031

## ABSTRAK

PT Nalanira Nuswantara Medika, sebuah perusahaan rintisan di bidang teknologi kesehatan, berupaya meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan komunikasi digital melalui media sosial. Seiring dengan ketatnya persaingan konten di platform digital, dibutuhkan media komunikasi visual yang dinamis dan menarik untuk menyajikan informasi layanan kesehatan yang kompleks. Laporan kerja praktik ini membahas perancangan *konten foto dan video* sebagai solusi untuk kebutuhan promosi di media sosial PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya untuk platform Hamilku.ID. Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk menghasilkan konten *video* yang efektif dan menarik guna mengkomunikasikan layanan kesehatan perusahaan. Proses perancangan meliputi tahap *briefing*, pembuatan storyboard menggunakan Canva, dan proses pengambilan video serta editing menggunakan CapCut. Hasil dari kerja praktik ini adalah serangkaian video berupa *podcat*, serta *iklan* yang siap digunakan untuk media sosial Instagram @hamilku.id dan YouTube. Diharapkan, implementasi dari hasil perancangan ini dapat mendukung strategi komunikasi digital perusahaan dalam menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif.

Kata Kunci : *Video Iklan, Sosial Media, Podcast, Medika Brand Awareness*



UNIVERSITAS  
Dinamika

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“PERANCANGAN KONTEN FOTO DAN VIDEO UNTUK SOCIAL MEDIA PT NALANIRA NUSWANTARA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Selesainya laporan kerja praktik ini dikarenakan adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Orang Tua**
2. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
3. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku dosen wali dan dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan arahan serta dukungan dalam menyusun Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
5. **Dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M.Ked.Klin.** selaku Penyelia, seluruh Kolega Senior dan seluruh teman-teman di PT Nalanira Nuswantara Medika yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
6. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

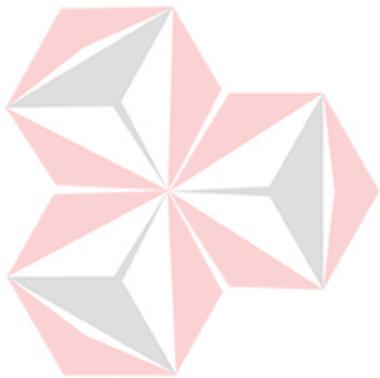
Surabaya, 15 Juli 202

  
Naufal Ridho Abiyyu K

## DAFTAR ISI

LEMBAR MOTTO .....	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN .....	V
ABSTRAK .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Batasan Masalah .....	2
1.4. Tujuan.....	2
1.5. Manfaat.....	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa .....	3
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan.....	3
1.5.3 Bagi Akademik.....	3
1.6. Pelaksanaan .....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	6
2.1 Sejarah Perusahaan.....	6
2.2 Profil Perusahaan.....	7
2.3 Visi dan Misi .....	7
2.4 Logo Perusahaan .....	9
2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika.....	9
2.6 Struktur Organisasi.....	10
2.7 Deskripsi Pekerjaan Membuat Aset.....	10
BAB III.....	12
LANDASAN TEORI.....	12

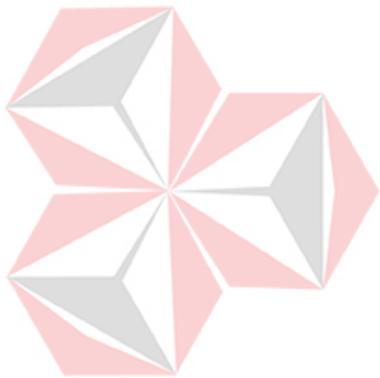
3.1	Video .....	12
3.2	Iklan.....	12
3.3	Media Sosial .....	12
3.4	YouTube.....	12
3.5	Instagram .....	13
3.6	Storyboard .....	13
3.7	Storyline .....	13
BAB IV .....		14
DESKRIPSI PEKERJAAN .....		14
BAB V PENUTUP .....		20
DAFTAR PUSTAKA .....		22
LAMPIRAN .....		23



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR TABEL

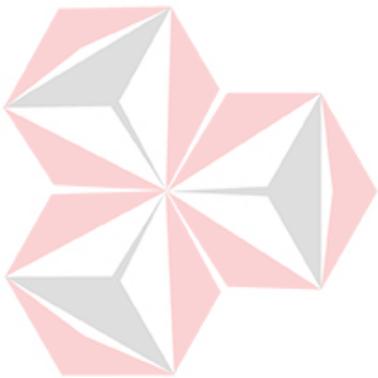
Tabel 4.1 Penjelasan Pekerjaan.....	15
Tabel 4.2 Posisi dalam Pekerjaan .....	25
Tabel 4.3 Briefing .....	15



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika .....	9
Gambar 2.3 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika .....	9
Gambar 4.1 Penjelasan Pekerjaan .....	16
Gambar 4.2 Posisi dalam Pekerjaan .....	17
Gambar 4.3 Briefing.....	17
Gambar 4.4 Software yang Digunakan.....	27
Gambar 4.5 Proses Perancangan Iklan Print 3D .....	27
Gambar 4.6 Proses Perancangan Podcast.....	27



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

PT Nalanira Nuswantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas layanan secara langsung, tetapi juga pada pentingnya penyampaian informasi yang akurat dan mudah diakses oleh publik. Upaya untuk membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya menuntut PT Nalanira Nuswantara untuk terus berinovasi, terutama dalam cara berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan.

Seiring dengan perkembangan zaman, lanskap komunikasi telah bergeser secara signifikan ke ranah digital. Keberhasilan sebuah perusahaan kini turut diukur dari kemampuannya untuk hadir dan berinteraksi secara efektif di platform-platform modern, di mana sebagian besar target audiensnya berada. Menyadari hal ini, PT Nalanira Nuswantara melihat media sosial sebagai kanal strategis untuk menjangkau masyarakat luas, membangun komunitas, serta meningkatkan brand awareness secara efisien.

Namun, persaingan untuk mendapatkan perhatian audiens di media sosial sangatlah ketat. Konten yang disajikan harus mampu tampil menonjol dan menyampaikan pesan dalam waktu singkat. Tantangan ini memerlukan solusi kreatif yang lebih dari sekadar teks atau gambar statis. Di sinilah video atau iklan memegang peranan penting. Sebagai media komunikasi visual yang dinamis, video iklan memiliki kemampuan unggul untuk menyederhanakan informasi kesehatan yang seringkali kompleks, menyajikannya dalam format yang menarik, dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan komunikasi digital dan mencapai tujuannya, PT Nalanira Nuswantara membutuhkan pengembangan materi promosi yang inovatif. Dibutuhkan peran kreatif untuk merancang dan memproduksi konten video iklan yang akan diimplementasikan pada platform

media sosial perusahaan. Melalui kerja praktik ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengisi peran tersebut, dengan tanggung jawab utama merancang konten video yang informatif dan menarik guna mendukung strategi komunikasi digital PT Nalanira Nuswantara.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah “Bagaimana merancang konten foto dan video yang efektif perusahaan PT Nalanira Nuswantara tersebut?”

## **1.3. Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang ditentukan agar laporan tersusun dengan rapi, yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan konten berfokus pada video untuk kebutuhan promosi di media sosial PT Nalanira Nuswantara.
2. Format utama konten yang dirancang adalah format video iklan yang dioptimalkan untuk berbagai platform media sosial.
3. Perancangan tidak mencakup media promosi di luar media sosial, seperti media cetak (brosur, spanduk) atau media elektronik (iklan televisi).
4. Isi konten yang dirancang terbatas pada topik promosi dan edukasi mengenai layanan kesehatan yang dimiliki PT Nalanira Nuswantara.

## **1.4. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan pelaksanaan kerja praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah merancang video yang efektif untuk sosial media.

## **1.5. Manfaat**

Manfaat yang diperoleh selama melaksanakan kerja praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika adalah sebagai berikut :

### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

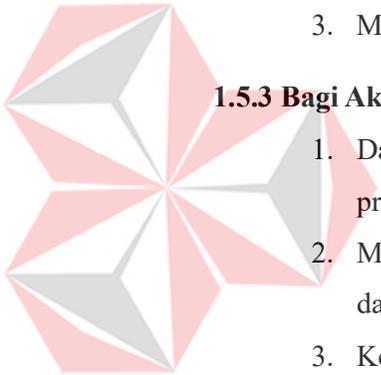
1. Menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan
2. Menambah pengalaman dan insight dalam industri kreatif
3. Memperluas relasi
4. Mempelajari cara bekerja sama dalam tim secara profesional dengan orang lain
5. Menyelesaikan tugas tepat waktu dan sesuai brief
6. Memahami sistem pengerjaan konten kreatif dan proyek di perusahaan

### **1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan**

1. Membantu PT Nalanira Nuswantara Medika dalam perancangan konten kreatif dan pengerjaan proyek
2. Membantu dalam segi sumber daya divisi konten kreatif
3. Memperkuat hubungan antara perusahaan dan perguruan tinggi

### **1.5.3 Bagi Akademik**

1. Dapat mengaplikasikan ilmu videografi pada konten media sosial dan proyek di PT Nalanira Nuswantara Medika
2. Memberikan exposure bagi perguruan tinggi dan membentuk citra baik dalam dunia kerja
3. Kerja Praktik dapat digunakan sebagai portfolio saat terjun ke dunia kerja



UNIVERSITAS  
Dinamika

## 1.6. Pelaksanaan

### a. Detail Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Nalanira Nuswantara Medika
Alamat	: Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118
Telepon	: 0812-3453-4260
E-Mail	: doktersonny@gmail.com
Website	: Hamilku.id
Hari Kerja	: Senin-jumat
Jam Kerja	: 08.00-16.00

### b. Periode

Tanggal Pelaksanaan	: 26 Februari 2025 – 26 Maret 2025
Waktu	: Senin-Jumat, 08.00-16.00 (WFO dan WFH)

## 1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ditujukan untuk memberikan manfaat dan mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan dalam laporan kerja praktik ini, antara lain:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, pelaksanaan (kerja praktik), dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM INSTANSI**

Dalam bab ini membahas tentang profil instansi yang ditempati dalam pelaksanaan Kerja Praktik PT Nuansa Kreasi Konten Indonesia, yang berisikan mengenai profil, logo, visi dan misi, tugas dan fungsi, struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan dari instansi tersebut.

### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dan cocok dengan judul Laporan Kerja Praktik ini guna menunjang penulisan Laporan Kerja Praktik.

### **BAB IV : DESKRIPSI PEKERJAAN**

Dalam bab ini membahas secara detail tentang pekerjaan yang telah dilaksanakan pada saat Kerja Praktik di PT Nalanira Nuswantara Medika, yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran terkait pembahasan pada Laporan Kerja Praktik. Kesimpulan berisi ringkasan keseluruhan hasil dalam Laporan Kerja Praktik ini, sementara saran berisi beberapa masukan untuk permasalahan yang diangkat dalam Laporan Kerja Praktik ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang referensi yang digunakan sebagai daftar pelaksanaan kerja praktik.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Nalanira Nuswantara Medika adalah sebuah perusahaan rintisan (startup) Indonesia yang bergerak di bidang teknologi kesehatan atau health-tech. Perusahaan ini didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M.Ked.Klin., yang memiliki latar belakang sebagai dokter spesialis kebidanan dan kandungan sekaligus seorang akademisi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Keahlian ganda pendirinya menjadi landasan utama bagi perusahaan dalam mengembangkan solusi inovatif yang menggabungkan keilmuan medis dengan teknologi untuk menjawab tantangan kesehatan di masyarakat.

Produk utama yang menjadi fokus perusahaan adalah platform digital bernama Hamilku.ID. Platform ini dirancang khusus sebagai asisten digital bagi para ibu hamil di seluruh Indonesia. Fitur unggulannya adalah kemampuan untuk melakukan deteksi dini risiko kehamilan secara mandiri melalui digitalisasi Kartu Skor Poedji Rochjati (KSPR), sebuah metode skrining yang sudah teruji. Selain itu, Hamilku.ID juga menyediakan konten edukasi seputar kehamilan dan memfasilitasi pengguna untuk mendaftarkan konsultasi medis secara lebih mudah.

Pengembangan platform Hamilku.ID memiliki dasar riset yang kuat, di mana platform ini merupakan hasil dari penelitian ilmiah yang dilakukan dalam tesis master pendirinya di ITS. Hal ini menunjukkan pendekatan berbasis bukti yang digunakan perusahaan dalam menciptakan layanannya. Meskipun berfokus pada aplikasi kehamilan, pendaftaran merek dagang perusahaan mencakup spektrum layanan yang lebih luas, mengindikasikan adanya potensi pengembangan bisnis di masa depan ke dalam ekosistem layanan yang lebih komprehensif bagi ibu dan anak.

## 2.2 Profil Perusahaan

PT Nalanira Nuswantara Medika adalah perusahaan rintisan teknologi kesehatan (health-tech) yang berfokus pada inovasi untuk meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak di Indonesia. Didirikan oleh Dr. Sonny Fadli, Sp. OG., M.Ked.Klin., seorang dokter spesialis kandungan sekaligus akademisi, perusahaan ini menggabungkan keahlian medis dengan kemajuan teknologi untuk menyediakan solusi kesehatan yang mudah diakses. Berbasis di Jawa Timur, perusahaan ini bertujuan untuk memberdayakan para ibu hamil melalui edukasi dan deteksi dini.

Produk utama dari PT Nalanira Nuswantara Medika adalah platform digital Hamilku.ID. Platform ini merupakan layanan berbasis aplikasi web yang dirancang sebagai asisten kehamilan digital. Hamilku.ID menyediakan fitur unggulan berupa skrining risiko kehamilan mandiri yang berbasis ilmiah, serta konten-konten edukasi dan fasilitas untuk pendaftaran konsultasi medis

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari PT Nalanira

Nuswantara Medika:

Nama Perusahaan : PT. Nalanira Nuswantara Medika

Alamat : Jl. Manyar Tirtoasri XI NO. 22, Menur Pumpungan,  
Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60118

Telepon : 0812-3453-4260

E-Mail : [doktersonny@gmail.com](mailto:doktersonny@gmail.com)

Website : [Hamilku.id](http://Hamilku.id)

Hari Kerja : Senin-jumat

Jam Kerja : 08.00-16.00

## 2.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi pelopor inovasi teknologi kesehatan di Indonesia yang terdepan dalam upaya menekan angka kematian ibu dan bayi, serta mewujudkan generasi masa depan yang sehat dan berkualitas melalui pemberdayaan perempuan dan akses kesehatan yang merata.

Misi :

1. Mengembangkan Solusi Digital Inovatif: Menciptakan dan mengembangkan platform teknologi seperti Hamilku.ID yang mudah diakses dan digunakan untuk memberikan edukasi, fasilitas deteksi dini risiko, dan kemudahan akses layanan kesehatan bagi ibu hamil.
2. Meningkatkan Literasi Kesehatan: Secara aktif menyediakan konten edukasi yang akurat, relevan, dan mudah dipahami untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya menjaga kesehatan selama masa kehamilan dan persalinan.
3. Memperkuat Ekosistem Kesehatan Ibu dan Anak: Membangun kemitraan strategis dengan para profesional kesehatan (dokter, bidan), fasilitas kesehatan, dan komunitas untuk menciptakan sistem pendukung yang terintegrasi dan komprehensif bagi para ibu.
4. Mendorong Pencegahan Berbasis Data: Memanfaatkan data dan teknologi untuk mengembangkan metode skrining dan deteksi risiko yang lebih efektif, sehingga intervensi dapat dilakukan sedini mungkin untuk mencegah komplikasi kehamilan.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## 2.4 Logo Perusahaan



**Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika**

(Sumber: Berkas Perusahaan, 2025)

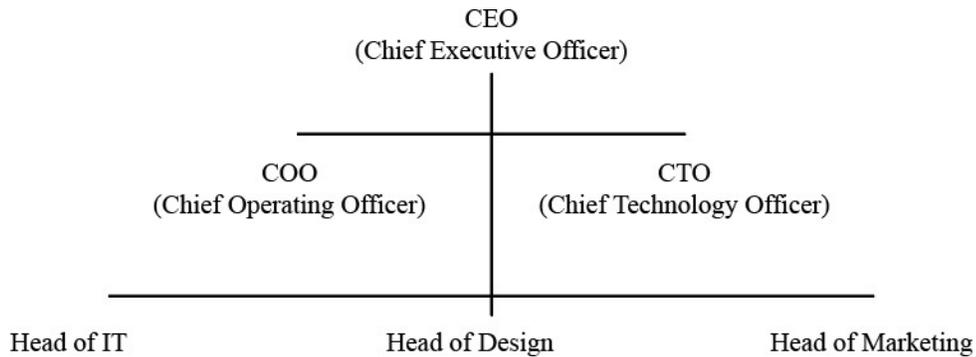
## 2.5 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika



**Gambar 2.3 Lokasi PT Nalanira Nuswantara Medika**

(Sumber: Dokumentasi Intern dan Penulis, April 2025)

## 2.6 Struktur Organisasi



**Gambar 2.4 Logo Perusahaan PT Nalanira Nuswantara Medika**

(Sumber: Berkas Perusahaan, 2025)

## 2.7 Deskripsi Pekerjaan Membuat Aset

### 2.7.1 CEO

CEO merupakan pemimpin perusahaan yang menetapkan visi strategis dan arah jangka panjang bisnis. Ia bertanggung jawab atas pengambilan keputusan besar dan menjadi representasi utama perusahaan ke publik, investor, dan mitra. CEO memastikan semua divisi bergerak sejalan dengan tujuan perusahaan secara holistik.

### 2.7.2 COO

COO mengatur dan mengawasi operasional harian agar berjalan efisien dan selaras dengan strategi perusahaan. Ia menerjemahkan visi CEO ke dalam aktivitas nyata, dari manajemen tim hingga distribusi sumber daya. Posisi ini menjadi penghubung kunci antara perencanaan dan pelaksanaan.

### 2.7.3 CTO

CTO berfokus pada inovasi teknologi serta pengembangan produk digital atau sistem informasi. Ia memimpin tim IT dan memastikan infrastruktur digital mendukung pertumbuhan bisnis. CTO juga

bertanggung jawab atas keamanan, efisiensi, dan skalabilitas teknologi perusahaan.

#### **2.7.4 Head of IT**

Head of IT mengelola operasional teknis di bidang teknologi informasi sehari-hari, termasuk jaringan, perangkat keras, dan keamanan data. Ia memastikan sistem berjalan lancar dan mendukung produktivitas tim. Head of IT juga berkoordinasi dengan CTO untuk pelaksanaan kebijakan teknologi.

#### **2.7.5 Head of Design**

Head of Design memimpin tim kreatif dalam menghasilkan desain visual yang sesuai dengan identitas dan pesan perusahaan. Ia mengawasi kualitas estetika, konsistensi brand, dan inovasi desain di berbagai platform. Perannya sangat penting dalam membangun daya tarik visual dan pengalaman pengguna.

#### **2.7.6 Head of Marketing**

Head of Marketing bertanggung jawab atas strategi promosi, komunikasi, dan pertumbuhan pasar perusahaan. Ia menyusun kampanye yang memperkuat brand dan menjangkau target audiens secara efektif. Posisi ini berperan besar dalam membentuk persepsi publik dan meningkatkan penjualan.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Video**

Video adalah alat atau media yang dapat menunjukkan benda yang nyata, video sebagai media digital yang dapat menunjukkan bentuk susunan atau urutan gambar-gambar runtut dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi kepada gambar yang bergerak Limbong (2020:3).

#### **3.2 Iklan**

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk memenuhi fungsi tersebut iklan bukan sekadar memberikan informasi kepada khalayak, tetapi harus mampu membujuk atau mengarahkan khalayak untuk membeli produk. Iklan juga harus dapat mempengaruhi pemilihan dan keputusan pembeli (Jefkins, 1997:15)

#### **3.3 Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Guntoro et al., 2022).

#### **3.4 YouTube**

YouTube adalah sebuah situs website media sharing video online terbesar dan paling populer di dunia internet. Saat ini pengguna youtube tersebar di seluruh dunia dari berbagai kalangan usia, dari tingkat anak-anak sampai dewasa. Para pengguna youtube dapat mengupload video, search video, menonton video, diskusi/tanya jawab tentang video dan sekaligus berbagi klip video secara gratis (Wahyuni *et al.*, 2024).

### 3.5 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. Tujuan umum dari Instagram itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto. Hal tersebut menjadi menarik jika dikaitkan dengan konsep eksistensi remaja dalam Instagram, apakah menggunakan sebagai ajang pameran atau yang lainnya (Mahendra, 2017).

### 3.6 Storyboard

Storyboard adalah deskripsi pada setiap scene yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan objek multimedia dan perilakunya dengan jelas (Eko Valentino & Jodi Hardiansyah, 2020)

### 3.7 Storyline

Storyline merupakan rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan - tahapan peristiwa sehingga menjalani suatu cerita bisa berbentuk dalam rangkaian peristiwa yang berbagai macam. Alur atau plot ialah struktur rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun sebagai sebuah interelasi fungsional yang sekaligus menandai urutan bagian - bagian dari keseluruhan fiksi semi (Eko Valentino & Jodi Hardiansyah, 2020)

## BAB IV

### DESKRIPSI PEKERJAAN

#### 4.1 Penjelasan Pekerjaan

Penulis menjalani kerja praktik sebagai *intern* Videografer & Editor Intern di PT Nalanira Nuswantara Medika, khususnya pada Divisi Social Media. Penulis bertanggung jawab dalam proses perancangan dan produksi konten video untuk mendukung strategi komunikasi digital perusahaan, terutama untuk media sosial Instagram @hamilku.id.

#### 4.2 Posisi Dalam Pekerjaan

Selama periode kerja praktik, penulis ditempatkan pada posisi Videografer & Editor Intern di bawah naungan Divisi Social Media PT Nalanira Nuswantara Medika. Posisi ini memiliki tanggung jawab sentral dalam mengubah konsep dan informasi kesehatan menjadi konten video iklan yang mudah dipahami oleh audiens di platform Instagram @hamilku.id dan Youtube.

#### 4.3 Briefing

*Briefing* berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan desain yang akan dibuat. Berikut adalah briefing dari pihak mentor yang diberikan kepada penulis:

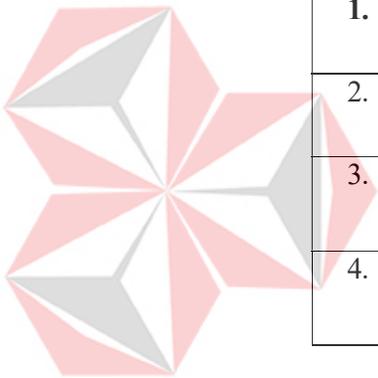
1. Iklan 3D print usg
2. Podcast

**Tabel 4.3.1 Briefing Iklan**

No	Aspek	Briefing
1.	Stoyboard	Alur cerita iklan
2.	Video	Menampilkan hasil print 3D
3.	Dimensi	Full HD 1080p landscape

**4.3.2 Podcast**

No	Aspek	Briefing
1.	Durasi	35 Menit
2.	Dimensi	Full HD 1080p landscape & portrait
3.	Output	Reels Instagram, Youtube
4.	Script	Menampilkan podcast yang berdurasi 35 menit di hamilku.id



UNIVERSITAS  
Dinamika

#### 4.4 Software yang Digunakan

Dalam proses pengerjaan materi visual, penulis mengandalkan alur kerja yang efisien dengan memanfaatkan kombinasi perangkat lunak editing video. Untuk tahap awal, seluruh aset iklan seperti storyboard, ilustrasi, dirancang menggunakan *Canva* untuk memastikan kualitas alur cerita yang mudah dimengerti. Setelah semua aset siap, proses shooting dan editing video dilakukan sepenuhnya menggunakan *CapCut*. Aplikasi ini dipilih karena kemampuannya sangat cukup serta mudah dimengerti untuk membuat video iklan, memotong klip, menambahkan teks penjelasan, musik, serta efek transisi secara cepat dan praktis, sehingga sangat efektif untuk memproduksi konten iklan yang ditunjukkan bagi platform media sosial seperti Instagram Reels dan Youtube.

#### 4.5 Proses perancangan Iklan Print 3D

##### 4.5.1 Membuat *Storyboard*

Sebelum membuat *iklan*, dilakukan pembuatan asset dilakukan di *Canva*.



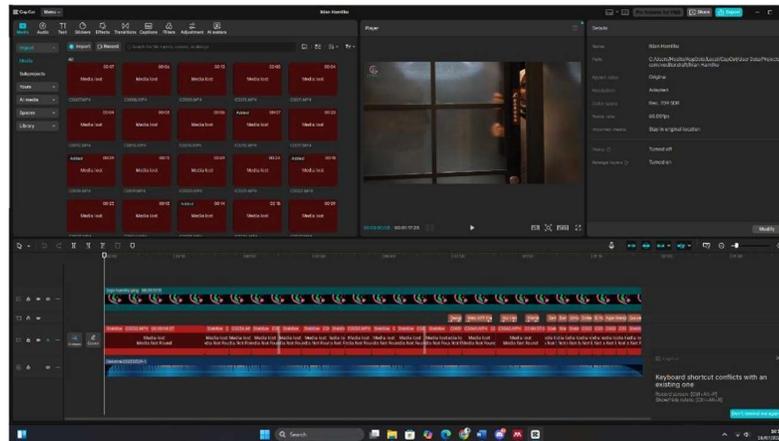
**Gambar 4.1 Pembuatan *Storyboard***

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

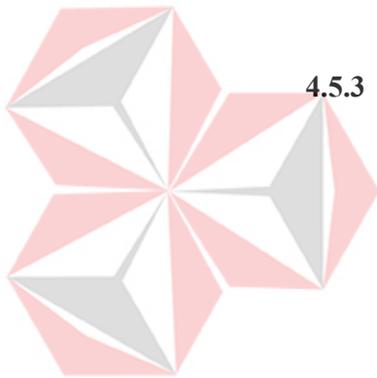
##### 4.5.2 Proses *Editing*

Setelah storyboard tersebut dibuat, semua hasil shooting tersebut digabungkan menjadi satu video *iklan* menggunakan

aplikasi Capcut agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.

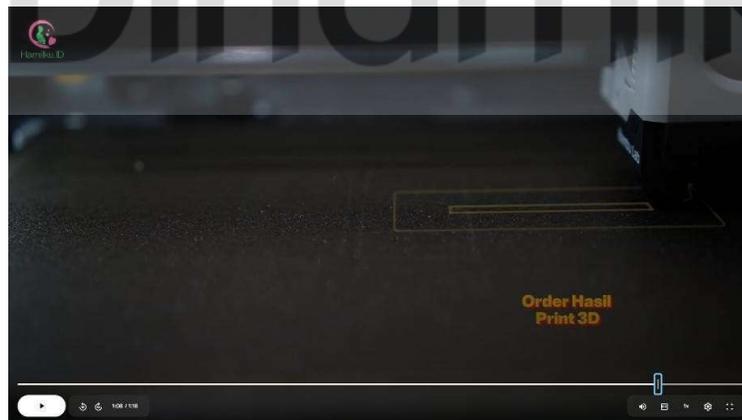


**Gambar 4.2 Proses *Editing***  
(Sumber: Berkas Penulis, 2025)



### 4.5.3 Final

*Motion* logo yang telah selesai melalui proses *editing* akan diperiksa oleh tim desain dan mentor lalu kemudian digunakan dalam proyek berikutnya dan di sosial media.



**Gambar 4.3 Hasil Akhir**  
(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

## 4.6 Proses Perancangan *Podcast*

### 4.6.1 *Brainstorming*

Proses ini meliputi diskus bersama tim, mencari tema podcast, dan mereview podcast yang lama.

### 4.6.2 Membuat Video

Sebelum editing podcast, dilakukan shooting dilakukan di studio kantor.



**Gambar 4.4 Asset Foto**

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

### 4.6.3 Proses *Editing*

Setelah asset tersebut dibuat, semua asset tersebut digabungkan menjadi satu video podcast menggunakan aplikasi

Capcut agar terlihat lebih menarik. Setelah pengeditan video selesai, hasilnya langsung diserahkan kepada mentor.



**Gambar 4.5 Proses Editing Podcast**

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

#### 4.6.4 Final

Podcast yang telah selesai melalui proses *editing* akan diperiksa oleh tim konten dan mentor lalu kemudian digunakan dalam proyek berikutnya dan di sosial media.



**Gambar 4.6 Hasil Akhir Podcast**

(Sumber: Berkas Penulis, 2025)

## BAB V PENUTUP

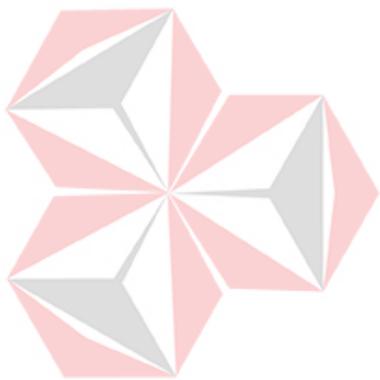
### 5.1 Kesimpulan

Kerja praktik yang dilaksanakan di PT Nalanira Nuswantara Medika sebagai Motion Videografer & Editor telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu merancang konten video iklan yang efektif dan menarik untuk kebutuhan promosi di media sosial perusahaan, khususnya untuk platform Hamilku.ID. Proses perancangan ini menjawab kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kualitas komunikasi digital di tengah persaingan media sosial yang ketat. Penulis telah berhasil menyelesaikan seluruh tugas yang diberikan, mulai dari tahap briefing, pembuatan aset storyboard menggunakan Canva, hingga proses shooting dan editing video menggunakan CapCut. Hasil akhir dari kerja praktik ini adalah produk iklan yang siap pakai, meliputi video iklan, serta podcast untuk digunakan pada media sosial Instagram dan YouTube @hamilku.id. Melalui pelaksanaan kerja praktik ini, penulis tidak hanya menerapkan ilmu desain komunikasi visual secara langsung di lingkungan kerja profesional, tetapi juga mendapatkan pengalaman, wawasan baru, dan pemahaman mengenai alur kerja di industri kreatif.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan proses kerja praktik yang telah dilakukan, beberapa saran dapat dirumuskan. Bagi PT Nalanira Nuswantara Medika, disarankan agar aset video yang telah dibuat, iklan, dan podcast dapat dijadikan patokan secara konsisten pada seluruh konten video Hamilku.ID untuk membangun identitas visual yang kuat dan profesional di media sosial. Perusahaan juga dapat mengembangkan variasi konten video iklan lebih lanjut seperti video iklan yang menggunakan animasi, tidak hanya sebagai elemen pembuka dan penutup, tetapi juga untuk menyajikan konten edukasi kesehatan sehingga informasi yang kompleks menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Penting pula untuk melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten guna mengukur tingkat keterlibatan audiens dan efektivitasnya. Sementara itu, untuk Universitas Dinamika, disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan berbagai industri relevan guna memperluas kesempatan magang bagi mahasiswa. Selain itu, materi perkuliahan, khususnya

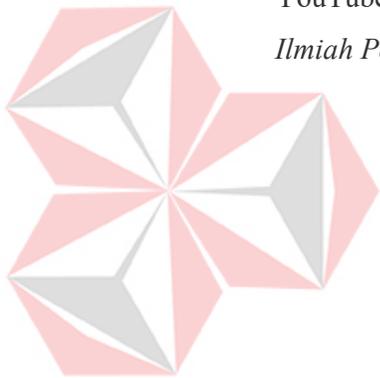
yang berkaitan dengan media digital, sebaiknya terus diperbarui sesuai dengan perkembangan tren dan perangkat lunak yang umum digunakan di industri saat ini.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR PUSTAKA

- Eko Valentino, D., & Jodi Hardiansyah, M. (2020). Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung. *Tematik*, 7(1), 1–20.  
<https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.285>
- Guntoro, H., Rikardo, D., Amirullah, Fahrisoni, A., & Suarsana, I. P. (2022). Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat. *Journal Marine Inside*, 1(2), 1–32. <https://doi.org/10.56943/ejmi.v1i2.9>
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160.
- Wahyuni, W., Helmi, H., Irmawati, I., & Fitri, F. (2024). Efektivitas Penggunaan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Matematika. *Jurnal Konatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.62203/jkkip.v2i1.21>



UNIVERSITAS  
**Dinamika**